

# PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI

## TERHADAP ETIKA BISNIS

### SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Jurusan Akuntansi



Diajukan Oleh :

Rangga Ganessa Kusuma Wardhana  
0713010181/FE/AK

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2012

SKRIPSI

PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI TERHADAP ETIKA  
BISNIS

Disusun Oleh :

Rangga Ganessa Kusuma Wardhana  
0713010181/FE/AK

Telah dipertahankan dihadapan  
dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
pada tanggal 25 Mei 2012

Pembimbing :  
Pembimbing Utama

Tim Penguji :  
Ketua

Drs. Ec. H. Munari MM

Drs. Ec. H. Munari MM  
Sekertaris

Dra. Ec. Siti Sundari Msi  
Anggota

Dra. EC. Endah Susilowati Msi

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, MM

NIP. 19630924 198903 1001

## KATA PENGANTAR

Berkat rahmat dan karunia ALLAH SWT yang telah memberikan bimbingan serta tuntunan-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI TERHADAP ETIKA BISNIS”.

Sebagaimana diketahui skripsi merupakan karya tulis ilmiah hasil penelitian mandiri untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Perkenankanlah pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Teguh Soedarto, M.P selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. H. R.A Suwaidi, MS selaku Pembantu Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Sri Trisnaningsih, Msi selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Bapak Drs. Ec. H. Munari, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis demi kesempurnaan penyusunan skripsi.
6. Dosen, staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Bapak, ibu, adik dan seluruh keluargaku yang selalu memberikan dukungan material maupun spiritual serta do'a dan restunya yang telah diberikan selama ini.
8. Teman-temanku yang selama ini selalu bersama dalam suka, duka, sedih dan bahagia.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini sampai selesai.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu semua kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Mei 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

|                       |      |
|-----------------------|------|
| KATA PENGANTAR.....   | i    |
| DAFTAR ISI.....       | iii  |
| DAFTAR TABEL .....    | viii |
| DAFTAR GAMBAR.....    | ix   |
| DAFTAR LAMPIRAN ..... | x    |
| ABSTRAKSI.....        | xi   |

## BAB I PENDAHULUAN

|                              |   |
|------------------------------|---|
| 1.1 Latar Belakang .....     | 1 |
| 1.2 Perumusan masalah .....  | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian ..... | 8 |

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....  | 9  |
| 2.2 Landasan Teori .....        | 15 |
| 2.2.1 Pengertian Persepsi ..... | 15 |

|  |    |
|--|----|
| 2.2.2 Tujuan Pendidikan Etika .....                      | 16 |
| 2.2.3 Pengertian Etika .....                             | 18 |
| 2.2.4 Jenis-Jenis Etika dan Prinsip-Prinsip Etika .....  | 19 |
| 2.2.5 Pengertian Bisnis dan Etika Bisnis .....           | 22 |
| 2.2.6 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis .....                 | 25 |
| 2.2.7 Hubungan Antara Persepsi Dengan Etika Bisnis ..... | 26 |
| 2.2.8 Kerangka Pikir .....                               | 27 |

### BAB III METODE PENELITIAN

|  |    |
|--|----|
| 3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel ..... | 33 |
| 3.1.1 Definisi Operasional Variabel .....              | 33 |
| 3.1.2 Pengukuran Variabel .....                        | 33 |
| 3.2 Teknik Penentuan Sample .....                      | 34 |
| 3.2.1 Obyek .....                                      | 34 |
| 3.2.2 Populasi.....                                    | 34 |
| 3.2.3 Sample.....                                      | 35 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data.....                       | 37 |
| 3.3.1 Jenis Data .....                                 | 37 |

|   |    |
|---|----|
| 3.3.2 Sumber Data .....                       | 37 |
| 3.3.3 Pengumpulan Data.....                   | 37 |
| 3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....   | 38 |
| 3.4.1 Uji Validitas .....                     | 38 |
| 3.4.2 Uji Reabilitas .....                    | 38 |
| 3.4.3 Uji Normalitas .....                    | 39 |
| 3.4.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis ..... | 40 |

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....   | 43 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”<br>Jawa Timur ..... | 43 |
| 4.1.2 Tempat Kedudukan.....  | 45 |
| 4.1.3 Falsafah, Visi, Misi Dan Tujuan.....   | 45 |
| 4.1.3.1 Falsafah .....   | 45 |
| 4.1.3.2 Visi.....  | 45 |
| 4.1.3.3 Misi .....   | 46 |

|   |    |
|---|----|
| 4.1.3.4 Tujuan .....  | 46 |
| 4.1.4 Deskripsi Fakultas Ekonomi .....  | 47 |
| 4.1.5 Riwayat Progdi Akuntansi .....  | 47 |
| 4.1.5.1 Visi Progdi Akuntansi.....  | 48 |
| 4.1.5.2 Misi Progdi Akuntansi .....   | 49 |
| 4.1.5.3 Tujuan Progdi Akuntansi .....   | 49 |
| 4.2 Deskripsi Variabel Etika Bisnis Mahasiswa Akuntansi .....                               | 50 |
| 4.3 Analisis Hasil Penelitian.....  | 52 |
| 4.3.1 Uji Validitas Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi<br>Terhadap Etika bisnis.....     | 52 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi<br>Terhadap Etika Bisnis ..... | 56 |
| 4.3.3 Uji Normalitas Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi<br>Terhadap Etika Bisnis .....   | 57 |
| 4.3.4 Analisis Independent Sample t Test .....  | 58 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....   | 61 |
| 4.4.1 Implikasi Penelitian .....  | 63 |



|  |    |
|--|----|
| 4.4.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian<br>Sekarang ..... | 64 |
| 4.4.3 Keterbatasan Penelitian.....                                       | 65 |

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

|                      |    |
|----------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan ..... | 66 |
| 5.2 Saran .....      | 66 |

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| 3.2 Jumlah Sample Penelitian.....   | 36 |
| 4.1 Distribusi Frekuensi Pada Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis.....              | 50 |
| 4.2 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-1 ..... | 53 |
| 4.3 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-2 ..... | 54 |
| 4.4 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-3 ..... | 55 |
| 4.5 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-4 ..... | 55 |
| 4.6 Hasil Uji Validitas Pada Variabel Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-5 ..... | 56 |
| 4.7 Hasil Uji Reabilitas .....  | 57 |
| 4.8 Hasil Uji Normalitas .....  | 57 |
| 4.9 Nilai Rata-rata.....  | 58 |
| 4.10 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....   | 64 |

## DAFTAR GAMBAR

|                        |    |
|------------------------|----|
| 1. Kerangka Pikir..... | 32 |
|------------------------|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Rekapitulasi Jawaban Responden

Lampiran 2 : Input Data

Lampiran 3 : Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Pada Variabel Persepsi  
Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-1

Lampiran 4 : Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Pada Variabel Persepsi  
Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-2

Lampiran 5 : Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Pada Variabel Persepsi  
Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-3

Lampiran 6 : Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Pada Variabel Persepsi  
Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-4

Lampiran 7 : Output Uji Validitas Dan Reliabilitas Pada Variabel Persepsi  
Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis Putaran Ke-5

Lampiran 8 : Output Uji Normalitas Pada Variabel Persepsi Mahasiswa  
Akuntansi Terhadap Etika Bisnis

Lampiran 9 : Output Independent Sample T Test Pada Variabel Persepsi  
Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis

# PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI TERHADAP ETIKA BISNIS

Oleh :

Rangga Ganessa Kusuma wardhana

0713010181

## ABSTRAK

Banyak kalangan mahasiswa ataupun para pelaku bisnis yang beranggapan bahwa etika bisnis belum cukup perlu memperluas cakupannya, kenyataan tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa pemahaman mereka terhadap etika bisnis kurang mendalam, padahal masalah ini sangat penting karena etika tidak terlepas dari pembahasan mengenai moral. Mencermati hal tersebut, observasi terhadap persepsi dilakukan selain karena alasan kemudahan dalam proses pengumpulan data, juga berdasarkan suatu alasan bahwa persepsi merupakan sesuatu tanggapan langsung seseorang atas sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya. Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan membuktikan secara empiris adanya perbedaan persepsi antara mahasiswa akuntansi kelas pagi dan mahasiswa akuntansi kelas sore mengenai etika bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang bersumber dari tanggapan responden melalui kuesioner. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa akuntansi (akuntansi kelas pagi dan akuntansi kelas sore) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur angkatan tahun 2008, dengan jumlah sampel sebanyak 59 orang mahasiswa. Teknik analisis yang digunakan adalah Independent Sample t Test.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata persepsi etika bisnis mahasiswa akuntansi kelas pagi sama dengan rata-rata persepsi etika bisnis mahasiswa akuntansi kelas sore, sehingga hipotesis penelitian “Diduga ada perbedaan yang signifikan antara persepsi mahasiswa akuntansi kelas pagi dan mahasiswa akuntansi kelas sore terhadap etika bisnis di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur” tidak teruji kebenarannya.

Keyword : Persepsi Mahasiswa Terhadap Etika Bisnis

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Etika merupakan suatu prinsip moral dan perbuatan yang menjadi landasan bertindak seseorang sehingga apa yang dilakukannya dipandang untuk masyarakat sebagai perbuatan yang terpuji dan meningkatkan martabat dan kehormatan seseorang. Etika lebih banyak berhubungan dengan sifat manusia yang ideal dan disiplin pribadi di luar yang ditentukan oleh undang-undang atau peraturan, sehingga etika dapat pula diartikan sebagai suatu sopan santun atau tatanan moral dalam suatu profesi atau jabatan (Otanu, 2003).

Bisnis menurut hughes dan kapoor (dalam Alma Buchan, 1993: 1) ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Saat ini ketika negara indonesia sedang giat-giatnya bangkit dari keterpurukan ekonomi dalam krisis yang berkepanjangan. Profesi akuntan Indonesia mempunyai peran yang cukup signifikan terhadap perekonomian negara. Hal ini dikarenakan profesi akuntan selalu berhubungan dengan dunia bisnis, oleh karena itu seorang akuntan harus mempunyai pengetahuan yang cukup terhadap etika akuntan sekaligus etika bisnis. Kemampuan seorang akuntan untuk dapat mengerti terhadap persoalan etika bisnis sangat

dipengaruhi oleh lingkungan dimana dia berada. Dalam hal ini (Khomsiyah & Indriantoro, 1997) menyatakan bahwa dunia pendidikan akuntansi mempunyai pengaruh yang besar terhadap perilaku etika seorang akuntan.

Menurut Siagian (1996) menyebutkan bahwa setidaknya ada empat alasan mengapa mempelajari etika sangat penting:

- a. Etika memandu manusia dalam memilih berbagai keputusan yang dihadapi dalam kehidupan.
- b. Etika merupakan pola perilaku yang didasarkan pada kesepakatan nilai-nilai sehingga kehidupan yang harmonis dapat tercapai.
- c. Dinamika dalam kehidupan manusia menyebabkan perubahan nilai-nilai moral sehingga perlu dilakukan analisa dan ditinjau ulang.
- d. Etika mendorong tumbuhnya naluri moralitas dan mengilhami manusia untuk sama-sama mencari, menemukan dan menerapkan nilai-nilai hidup yang hakiki.

Semua orang tidak mengharapkan memperoleh perlakuan tidak jujur dari sesamanya didalam dunia bisnis. Praktek manipulasi tidak akan terjadi jika dilandasi dengan moral tinggi. Moral dan tingkat kejujuran rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri. Masalahnya ialah tidak ada hukuman yang tegas terhadap pelanggaran etika tersebut, karena nilai etika ini hanya ada didalam hati nurani seseorang. Etika mempunyai kendali intern dalam hati, berbeda dengan aturan hukum yang mempunyai unsur paksaan ekstern. Akan tetapi bagi orang-orang yang berkecimpung dalam bidang bisnis yang dilandasi oleh rasa keagamaan mendalam, akan mengetahui

bahwa perilaku jujur akan memberikan kepuasan tersendiri dalam kehidupannya baik dalam dunia nyata sekarang ini apalagi dalam kehidupan nanti di akhirat. Hendaknya kehidupan dunia terutama dalam bisnis, tidak terlepas dari pelaku bisnis menyatakan bahwa modal dasar dari perkembangan usahanya dimulai dari kejujuran. Tetapi kenyataannya dimasyarakat ada saja pelaku bisnis yang menghalalkan segala cara untuk mengejar keuntungan hal ini bisa terjadi karena tuntutan kebutuhan perut mereka yang memang harus terpenuhi, hal ini berlangsung secara terus menerus sehingga mereka sudah menganggap menjadi wajar padahal mereka tahu bahwa perbuatan mereka ini salah dan tentunya merugikan orang lain. Melihat dari kejadian tersebut maka hendaknya ditanamkan kembali norma-norma yang baik terhadap etika bisnis terhadap generasi muda. (Yulianto, 2003).

Menurut Keraf (1998) tanpa etika, bisnis tidak bisa berjalan secara etis, namun banyak praktek bisnis tidak berjalan sesuai dengan apa yang digariskan dalam prinsip-prinsip etika bisnis. Etika menyangkut sikap dan pola yang bersumber dari nilai-nilai yang dianut seseorang didalam seluruh hidupnya. Nilai-nilai ini melahirkan standart moral tertentu yang mempengaruhi seluruh sikap dan tingkah laku setiap orang. Masalah yang dihadapi dalam etika bisnis adalah bahwa standart moral para pelaku bisnis masih sangat lemah. Banyak diantara pelaku bisnis tidak dibekali dengan nilai-nilai moral dan kesadaran yang tinggi mengenai dimensi etis dari



kegiatannya sehingga terjadi pelanggaran etika yang dilakukan oleh pelaku bisnis.

Banyak kalangan mahasiswa ataupun para pelaku bisnis yang beranggapan bahwa etika bisnis belum cukup perlu memperluas cakupannya, kenyataan tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahwa pemahaman mereka terhadap etika bisnis kurang mendalam, padahal masalah ini sangat penting karena etika tidak terlepas dari pembahasan mengenai moral. Kasus berikut ini dapat dijadikan sebagai contohnya, akhir-akhir ini sangat banyak iklan yang saling menjatuhkan satu sama lain. Banyak iklan yang mempromosikan sebuah produk dengan membandingkan produknya itu dengan produk lain sejenis dengan cara merendahkan bahkan mengejek produk lain. Jelas iklan-iklan tersebut sangat melanggar etika bisnis. Masih hangat tentang iklan penyindir-an balas-balasan yang dilakukan oleh operator telekomunikasi AS dan XL. Menurut saya bukanlah hal yang bermanfaat yang dilakukan oleh kedua operator tersebut, justru mungkin akan banyak konsumen yang hanya tertawa melihat iklan-iklan tersebut dan yang paling ekstrim mungkin akan meninggalkan loyalitas mereka terhadap produk tersebut. Itu terjadi karena perilaku iklan-iklan tersebut seperti perang, terus saling menyerang produk lawan tapi bukan terus memperbaiki kualitas produk mereka masing-masing. Ternyata iklan yang melanggar etika bisnis yang dilakukan oleh salah satu operator telekomunikasi diatas bukanlah saat-saat ini saja, mungkin ada yang masih ingat iklan operator telekomunikasi XL yang bercerita tentang seorang pria yang menikah dengan monyet dan

kambing. Sangatlah mengiris hati, konsumenlah yang direndahkan dalam iklan tersebut. Iklan XL tersebut dinilai memperolok dan merendahkan martabat manusia, bahkan beberapa pihak seperti BRTI (Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia) menyatakan bahwa iklan tersebut keblabasan. Iklan tersebut dinilai tidak memberikan informasi yang lengkap sehingga terjadi misinterpretasi dikalangan konsumen, melampaui batas etika dan tidak memberikan nilai pendidikan bagi masyarakat. Iklan operator telekomunikasi tersebut melanggar UU No.8/1999 pasal 17f pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang melanggar etika dan atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan. Bukti nyata dari pelanggaran etika bisnis ini adalah KPI pusat meminta kepada seluruh stasiun TV untuk menghentikan seluruh tayangan iklan tersebut. (<http://blog.ub.ac.id/antoniusbudiman/2012/03/13/pelanggaran-etika-bisnis-iklan-xl-kawin-dengan-monyet-yang-terlupakan/>).

Tingkat pelanggaran para pelaku bisnis dapat dikurangi dengan meningkatkan pengetahuan mengenai etika bisnis dalam kurikulum, ataupun kalau sudah ada dan dianggap belum cukup, perlu memperluas cakupannya. Dorongan untuk memberikan dan memperluas pengantar mata kuliah yang mencakup etika bisnis sangat relevan untuk disampaikan kepada mahasiswa tidak terbatas pada pendidikan tinggi akuntansi, tetapi bahkan untuk keseluruhan program studi di perguruan tinggi sehingga dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa sebagai bekal untuk diterapkan pada masa yang akan datang di dunia bisnis. Ini sangat sesuai dengan kondisi indonesia pada saat

ini yang bukan hanya mengalami krisis ekonomi tetapi juga krisis moral atau etika. (Otanu, 2003)

Peneliti melakukan observasi dengan membandingkan persepsi mahasiswa akuntansi kelas pagi dan mahasiswa akuntansi kelas sore di UPN “Veteran” Jawa Timur terhadap persoalan-persoalan etika bisnis.

Observasi terhadap persepsi dilakukan selain karena alasan kemudahan dalam proses pengumpulan data, juga berdasarkan suatu alasan bahwa persepsi merupakan sesuatu tanggapan langsung seseorang atas sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Uraian latar belakang tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Bisnis (studi kasus di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur)”.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Apakah terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa akuntansi kelas pagi dan mahasiswa akuntansi kelas sore terhadap etika bisnis?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan perumusan masalah tersebut di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa dan membuktikan secara empiris adanya perbedaan persepsi antara mahasiswa akuntansi kelas pagi dan mahasiswa akuntansi kelas sore mengenai etika bisnis (studi kasus di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur).

### 1.4. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi :

#### 1. Bagi dunia pendidikan (universitas).

Dapat dijadikan bahan untuk mengevaluasi muatan nilai-nilai dalam masa kuliah yang ditawarkan kepada mahasiswa dan dapat menjadi pedoman atau referensi bagi peneliti lainnya yang ingin mengembangkan permasalahan yang berkaitan dengan etika bisnis.

#### 2. Bagi responden (Mahasiswa).

Dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam memahami pengetahuan etika bisnis di dalam pengambilan keputusan yang etis pada permasalahan bisnis.

#### 3. Bagi peneliti.

Dengan penelitian ini dapat dijadikan suatu perbandingan antara teori-teori yang selama ini didapat dengan kenyataan di lapangan dan dapat menambah wawasan, pemahaman serta pengetahuan

mengenai etika bisnis sehingga disiplin ilmu didapat ini diaplikasikan secara bertanggung jawab pada masyarakat luas.